



РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ АО «БСК»

Цель и задачи исследования

Цель исследования: является комплексное исследование теоретических основ и разработка методических рекомендаций по повышению конкурентоспособности продукции промышленного предприятия.

Задачи исследования:

- изучение теоретических и методических подходов к выявлению сущностных основ, специфики и основных тенденций развития конкурентоспособности продукции;
- организационно-экономический анализ функционирования объекта исследования, включающий анализ организационной структуры предприятия, анализ финансового состояния и технико-экономических показателей деятельности АО «БСК» за период с 2009 по 2013 гг.;
- разработка методических рекомендаций по исследованию рынка химической продукции, совершенствованию организационной структуры объекта исследования, товарной и коммуникационной политики предприятия при расширении рынков сбыта;
- постановка и способы решения задачи по повышению конкурентоспособности продукции предприятия на внутреннем рынке классическим методом на основе товара идеала.

Объектом исследования является производственная площадка № 1 АО «Башкирская содовая компания» (до 23 мая 2013 г. АО «БСК»).

Конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Принципы, которые дают конкурентные преимущества предприятиям, это:

- нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;



- близость предприятия к клиенту;



- создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;



- рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;



- демонстрация важности общих для предприятия ценностей;



- умение твердо стоять на своем;



- простота организации, минимум уровней управления.

Мероприятий по совершенствованию организационно-управленческой структуры предприятия

- четко прописать бизнес-процессы протекающие на предприятии, качественно организовать документооборот;

- провести тщательный анализ фактически исполняемых обязанностей сотрудников предприятия.

- пересмотреть тарифные разряды каждого сотрудника;

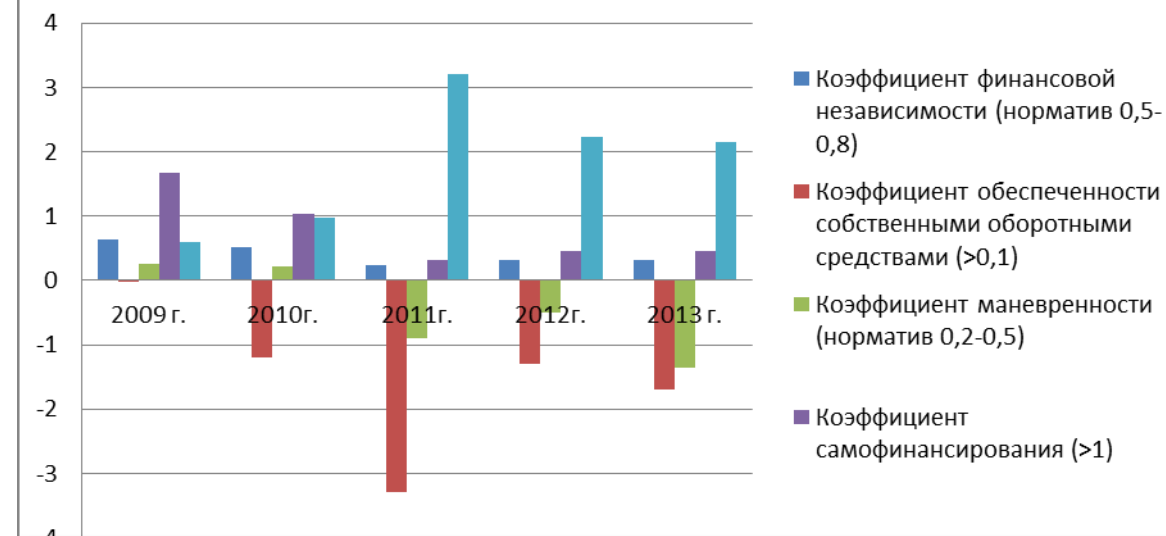
- изменить систему премирования – перейти на премирование с учетом коэффициента трудового вклада для подразделений и отделов и коэффициента трудового участия для каждого работника, а так же ввести разовые премии по результатам работы;

- продолжать вести непрерывную работу по повышению квалификации и профессионализма сотрудников, поощрять их за новаторские идеи и рационализаторские предложения;

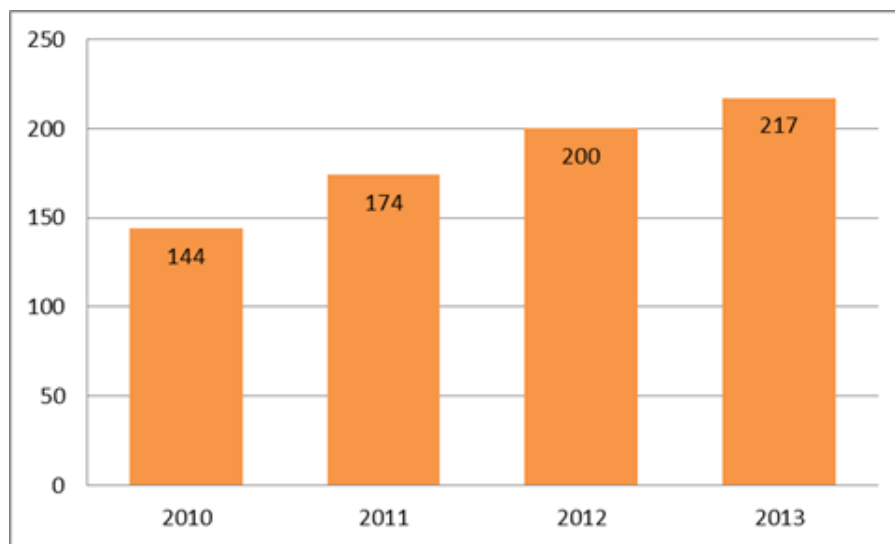
- создать на предприятии под управлением коммерческого директора службу маркетинга



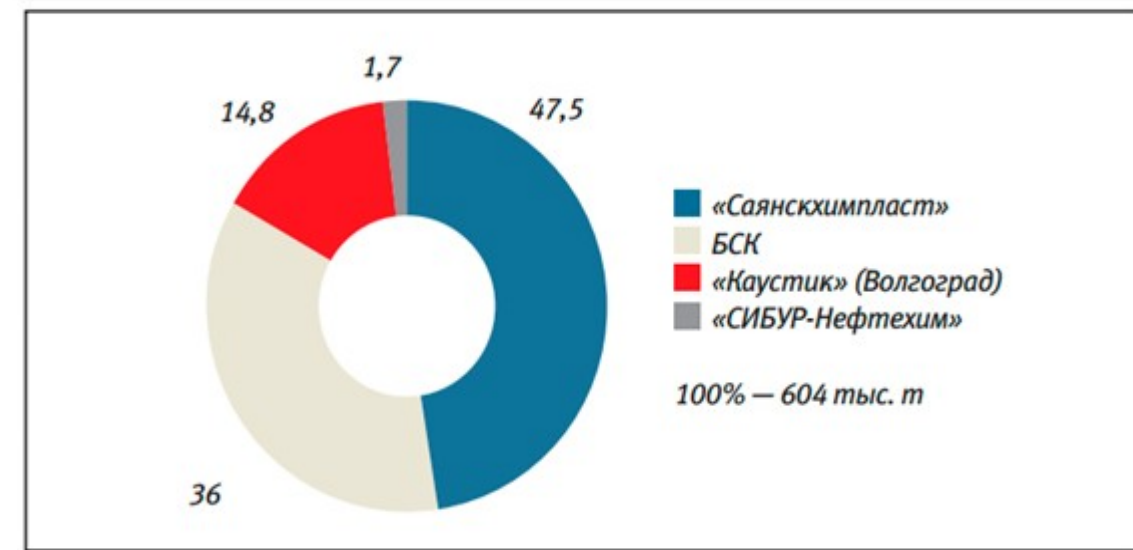
Структура активов АО «БСК»



Результаты анализа показателей финансовой устойчивости предприятия с 2009 по 2013 гг.

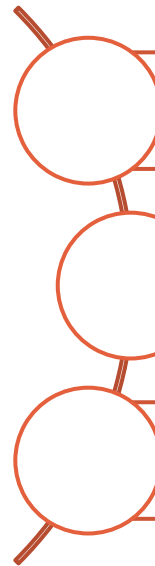


Производство ПВХ-С на АО «БСК», тыс.т.



Производство по предприятиям за 2013 г

Создание маркетинговой службы

- 
- сбор и анализ исходной информации,
 - планирование и прогнозирование,
 - оперативная работа.

Так же, служба будет решать вопросы, связанные с перераспределением функциональных обязанностей и структурных взаимоотношений внутри компании (в качестве координирующего элемента матричной организационной структуры), вести разъяснительную работу среди сотрудников о роли и месте маркетинга в современной рыночной экономике.

Выпуск и распространение внутрикорпоративной газеты (дайджеста)

Размещение информации на доске объявлений

Размещение информации на корпоративном интернет-сайте и в корпоративной сети

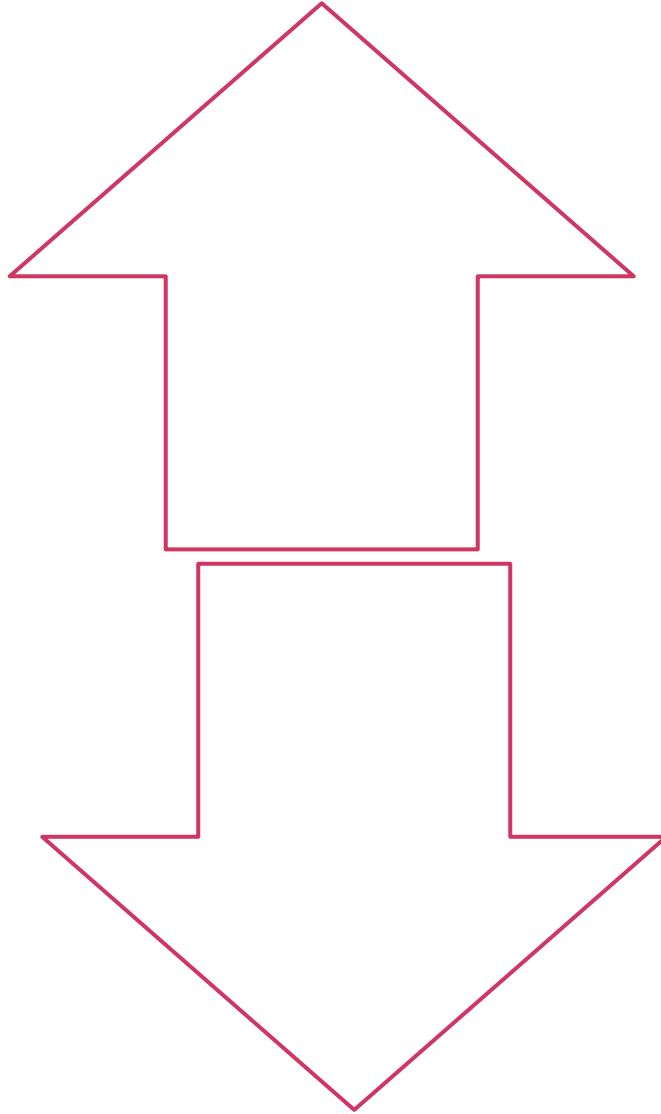
Организация корпоративных мероприятий

Распространение информация о проводимых семинарах, тренингах

Опросы сотрудников и информирование о результатах исследований

Срочное (оперативное) извещение

Итоговый (полугодовой, сезонный) отчет о достижениях компании. Основные результаты работы. Мероприятия, корпоративные события и т. д.



использовать регулярные опросы
клиентов

создать систему работы с
жалобами, претензиями и
предложениями.

- 1) Усовершенствовать метод производства полиэлектrolита ВПК-402, улучшив готовый продукт за счет сополимеризации мономеров акриламида (АА) и ДАДМАХа для получения более разветвленной цепи, то есть еще более высокой молекулярной массы;
- 2) Получение полиэлектrolита ВПК-402 в порошковом виде;
- 3) Экстракция мономера диаллилдиметиламмонийхлорида экстрагентом, экстрагирующим содержащуюся в растворе соль в незначительных количествах – с последующей экстракцией мономера водой с получением 55%-го раствора, идущего на полимеризацию для получения обессоленного полиэлектrolита ВПК-402 в порошковом виде.

Эффективность мероприятий.

	Мероприятие №1.	Мероприятие №2	Мероприятие №3
Себестоимость нового продукта составит	140 702 руб.	144 526 руб.	154 894 руб.
Прибыль от реализации проекта за год при сохранении цены на прежнем уровне составит	26 309 920 руб.	47 292 960 руб.	67 710 240 руб.
Инвестиции на проект равны	936 320 руб.	3 462 464 руб.	40 227 670 руб.



Спасибо за внимание